“互联网 +”时代数字出版的问题与对策

林 震
（福建鹭江出版社有限责任公司，福建 福州 350001）

摘 要：“互联网 +”时代，出版行业面临新的发展，数字化出版是大势所趋，数字出版是人类文化的数字化传承，创造性地发展了传统的出版行业。数字出版作为新的出版形态，无论是出版的内容还是出版的方式上，都必须发挥“互联网 +”的优势作用，使之助力数字出版。如何做好“互联网 +”时代数字出版工作是出版行业关注的焦点。本文以数字出版为切入点，结合“互联网 +”时代的特点和内涵，阐述了“互联网 +”时代数字出版的发展态势，重点探讨了数字出版的问题与对策，以期指导实践。

关键词：互联网 +；数字出版；发展态势；优化内容；打造特色 **中图分类号：**G210.7 **文献标识码：**A
文章编号：1671-0134（2021）11-124-03 DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2021.11.038
本文著录格式：林震 .“互联网 +”时代数字出版的问题与对策 [J]. 中国传媒科技，2021（11）：124-126.

1. 概述“互联网 +”时代数字出版

1.1 数字出版的概念

数字出版是应用数字技术对文字内容展开编辑、加工处理，并以网络为渠道传播数字化文字内容产品的新型出版方式。[1] 在数字出版过程中，内容生产、管理过程、产品形态的表现方式有了很大的变化，均以数字化的形式出现，涉及到发行、版权、服务模式。其中，内容发行是数字出版核心环节，要想实现高质量的数字出版，实现文字的立体化传播，还要把握好网络化传播渠道。[2] 此外，内容规划、数字资源管理、内容发行、协同编纂、智能排版等，对相关人员的数字化技术应用能力提出了要求，才能实现网络、出版物统一化、同步管理。

1.2 数字出版发展现状

进入 21 世纪以来，我国数字出版产业取得了较快进展。“十一五”阶段，我国数字出版基本形态逐步形成，电子图书、网络动漫、数字报纸等数字出版产品的出现，代表着数字出版的诞生。[3] 近年来，数字化技术发展迅速，数字技术在出版领域的应用越来越广泛，数字出版行业发展较快，在数字化技术推动下，内容的编辑、制作、印刷复制、发行、传播和消费的融合逐渐深入。“十二五”规划指出，数字出版已经成为新闻出版业的战略性新兴产业和出版业发展的主要方向，相关人员需运用互联网思维创新出版，用数字化这样一个工具进行立体化传播，在版权、发行、支付平台等方面形成完整的数字出版产业链条，使数字出版拥有更加广阔的发展前景。[4]

1.3 “互联网 +”时代数字出版的发展态势

当今社会发展中互联网的渗透日趋深入，“互联网 +”时代的到来，使得数字出版发展态势呈现出三大特点。[5] 一是电子书的发展。现如今，电子书作为数字出版萌芽的领域，传统的 TXT 格式的电子化呈现数字阅读的方式，显然已不满足“互联网 +”时代发展的需要，在信息技术发展的推动下，网络动漫、视频、有声书的诞生如异军突起，创新发展了电子书的发展，占据着数字出版的份额。二是数字教育的发展。教育领域对数字化的应用也越来越多，数字教育的发展迅猛，在“互联网 +”时代，数字教育通过线上教学、直播教学、情境式教学等方式，展示出现代教育的多样性、便捷性，人们在虚拟的网络世界进行学习，共享性、时效性和互动性得到了增强，颇受大众青睐，发展前景广阔。三是知识付费的发展。“互联网 +”时代，知识可以随时查阅、随时调用，基于支付宝钱包、微信支付、翼支付等支付方式的变革，促进了知识付费的发展，越来越多的人愿意利用互联网技术进行学习，为无价的知识付费。

2. “互联网 +”时代数字出版存在的问题

2.1 数字出版的“互联网 + 思维”不足

“互联网 +”时代，思维方面的转变是关键，数字出版发展中“互联网 + 思维”的不足，缺乏用互联网时代的思考方式，数字出版传统发展观念的影响较深，对新兴互联网技术和思维意识的了解，在具体的数字出版工作中发展定位和发展目标中，忽视了互联网的出现和发展对数字出版的影响，导致数字化运营思路不清晰，从互联网的角度去想问题的思维方式尚未转变，目前，出版企业大多缺乏对“互联网 +”概念内涵的深挖。

2.2 数字出版的“互联网 + 内容”不精

“内容为王”仍然是“互联网 +”时代的核心，数字出版中对“互联网 + 内容”的把握不到位，丰富的内容资源不能较好地体现在数字出版系列工作中，信息资源传播内容细分领域不够，碎片化、去中心化的内容以

及互动等内容建设难以实现，人们阅读需求（如定制化出版）的新型出版较少，也是数字出版发展中需要引起关注的地方。[6] 不仅如此，在“互联网 +”时代，数字技术和网络运营能力不高，致使数字出版精品和服务不高。

2.3 数字出版的“互联网＋特色”不够

目前，数字出版中没有在利用“互联网 +”中发挥自身的优势和特色，产品形态的数字化转型尚未实现，个性化的出版变革无法体现，在出版过程中对文字、图像、声音等信息的融合不够，出版企业自身在数字出版市场的造血能力不足，数字出版中的传播渠道网络化建设滞后，难以形成特色，数字出版产业的跨越式发展难以实现。

2.4 数字出版的“互联网＋版权”不清

版权是出版业的命脉，数字出版发展过程中，对版权保护方面的问题不够重视，数字媒体因其易复制、篡改，非法传播的现象时有发生。[7] 究其原因，一方面是由于数字出版版权立法建设滞后，相关法律法规的适用性不强，而缺乏立法依据则监管部门的执行也受阻，无法对侵权行为构成威胁和震慑。另一方面由于“互联网 +”时代的数字出版保护技术不够成熟，缺乏安全的网络运行环境，使得侵权行为有机可乘，数字盗版现象仍然存在。

2.5 数字出版的“互联网＋人才”较少

数字出版是传统出版创新的产物，在“互联网 +”时代，数字出版相关的技术型人才缺口较大，“互联网＋人才”较少，无法满足数字出版发展的需要。就目前而言，传统出版从业者单一的知识结构，现已与“互联网 +”时代的发展大相径庭，在一定程度上阻碍着数字出版的发展。既懂出版业务又懂“互联网 +”技术的人才奇缺，复合型人才较少仍然是数字出版的瓶颈。

3. 优化“互联网 +”时代数字出版的策略

3.1 树立数字出版的“互联网＋思维”

数字出版要改变思想观念和商业理念，树立“互联网＋思维”，也就是说，从思想意识层面重新审视数字出版工作，将“互联网＋思维”贯穿到数字出版的全过程，打通出版物生产流通的各个环节，逐渐从互联网的角度去想问题，塑造融合发展的新型商业模式。对数字出版而言，互联网的出现和发展，为数字出版的发展提供了新的发展基础，利用“互联网 +”环境，树立“互联网＋思维”，就是要利用互联网思维的网络化、开放、互动的特性，发掘出版企业自身的数字出版优势，开启全新的智能化融合发展模式。[8]

数字出版企业应高度重视互联网思维，力求使数字出版适应互联网的变革，能够利用互联网助力数字出版。在具体做法上，首先，数字出版行业应建立产品及用户思维。读者阅读环境、阅读方式和阅读需求的改变显而易见，只有敏锐掌握用户心理、行为习惯，才能不断增加数字出版的市场容量。对此，数字出版企业在提供图片、文字等内容服务基础上，应根据产品内容提供线上、线下互动、分享、答疑等产品服务，使用户获取全方位体验。

其次，有效运用平台、数据思维。俗话说，善用众智众力者才可以无敌于天下。平台思维是互联互通互动的网状思维，数字出版平台作为各方资源凝聚点，用对外开放、分享、共赢的思维，打造一个整合内、外部资源的平台。对出版企业而言，出版企业需以“服务”为前提，构建自动化、智能化数字出版服务平台，继而为用户提供个性化服务。同时丰富平台服务功能，吸引更多用户，实现数字出版产业的持续性发展。

再次，“互联网＋思维”还是一种大数据思维，以互联网技术为思维基础，利用大数据处理出版的各类信息，用数据“说话”。在（移动）互联网 +、大数据、云计算等技术推动下，数字出版企业应用互联网数据思维可根据所获数据，收集数据、积累数据、分析数据，可以精准分析用户需求，让出版企业的决策更科学，更好地研发出版产品。

最后，基于互联网的“迭代、极致”思维。互联网处于不断发展变化之中，“互联网 +”思维也应不断更新内容，具备迭代思维和极致思维，强调迭代地把产品或者服务做到极致，可以更好地把握用户需求的变化。数字出版企业应在保障产品创意、质量的前提下，针对互联网的特性，对新开发产品进行快速的上线，尽早将产品推到用户面前，接收反馈，不断试错，对产品实施动态创新、修订，通过发现缺点，修改后继续上线测试，降低数字出版市场风险。

3.2 优化数字出版的“互联网＋内容”

在“互联网 +”时代，用户生成内容也越来越丰富，数字出版的“互联网＋内容”通过互联网媒介传播出版内容，对数字出版的内容领域进行细分，以内容为创意根基的出版，更能在数字出版行业取得核心竞争力，利用互联网生成丰富的出版内容，赢得更多用户的青睐。同时，数字出版内容的转型升级，需要“互联网 +”技术的支持，从数字出版企业的实际出发，通过技术层面的更新和优化，构建属于数字出版企业自己的数字出版平台，对数字出版内容进行重构，整合信息、资料、音频或者视频内容，激活自身优质内容资源，如提供一站式多平台的系列增值内容服务，持续创新数字出版物内容的价值。又或者是打造“互联网 +”精品内容，让用户所接收到的内容更加符合自身的阅读需求，通过智能化预测分析指导并优化数字出版物的市场策划与开发方向。

3.3 打造数字出版的“互联网＋特色”

数字出版的“互联网＋特色”打破“同质化”发展的现状，促进数字出版在行业领域脱颖而出。从数字出

版的盈利模式上看，付费模式日益成为数字出版的主流。对数字出版企业而言，应发挥“互联网＋”的技术和资源优势，凭借方便、简单、高效、优质的出版内容，将网络、移动终端等出版方式考虑在内，形成自身的品牌和特色，向用户提供各种增值服务并收取一定费用，为出版社增加更多的盈利点，从而实现数字出版企业在“互联网＋”时代的盈利。[9] 其中，需要注意的是，加强对文字、图像、声音等信息的融合，以数字形式进行传送（下载），开拓知识服务、IP 全媒体等新兴领域，创新出适合“互联网＋”环境的阅读新模式。

3.4 维护数字出版的“互联网＋版权”

“互联网＋”时代的版权保护刻不容缓，数字出版过程中的版权管理，要重点从两个方面做好维护版权的工作，一方面是尽量建立健全数字出版领域的版权相关法律法规，从立法层面出台相应的规章制度，制定具体化数字版权保护制度，出台数字出版行业标准，对数字出版物版权范围做出清晰划定，明确作品发行要求，保障数字出版中“互联网＋版权”的法律地位。在立法执行方面也要严格监督执法，重视出版市场监管，严厉打击各种盗版行为，形成对盗版行为的监督和震慑。另一方面，“互联网＋”时代的数字出版保护技术也应不断升级，以信息技术为支撑，营造安全的互联网发展环境，构建全面、可操作的数字出版行业管理体系，避免数字出版物的易复制、篡改、非法传播。

3.5 培育数字出版的“互联网＋人才”

“互联网＋人才”的力量不容小觑，数字出版过程中也要加强对数字出版人才的培育。数字出版的发展，需要专业的人才提供智力支持，必须创造选人、用人、育人、留人等环境，提高对人才的重视，紧跟时代发展的需要，尤其是积极培育数字出版的“互联网＋人才”，才能在数字出版过程中体现“互联网＋”特色。[10] 在具体做法上，一方面可以对现有的传统出版从业人员进行培训，有针对性地制定人才培养方案，强化“互联网＋思维”，提高“互联网＋”应用意识，优化知识结构，培养数字出版技术和管理人才。另一方面，还可以通过和高校及相关机构合作的形式，致力于数字出版专业人才培养研究，全力推进数字出版领域的“互联网＋人才”系统建设，吸引更多的人才投入到数字出版事业之中，助力数字出版在“互联网＋”时代的转型发展。

结语

总之，科技和信息技术的发展迅猛，互联网尤其是移动互联网普及，现已影响着人们的生产生活，互联互动的发展形态势不可当。“互联网＋”时代数字出版是一项综合的系统工程，具有长期性和复杂性。应意识到数字出版工作任重道远，迎合“互联网＋”时代的发展需要，从树立数字出版的“互联网＋思维”、优化数字出版的“互联网＋内容”、打造数字出版的“互联网＋特色”、维护数字出版的“互联网＋版权”、培育数字出版的“互联网＋人才”等多个方面，统筹规划做好数字出版的顶层设计，只有这样，才能促进数字出版与“互联网＋”时代的有机融合，从而促进数字出版工作又好又快地发展。媒

参考文献

[1] 夏韡 . 出版社的数字出版转型升级策略研究 [J]. 传媒论坛，2020（8）：87.

[2] 张研 . 互联网背景下新媒体数字出版的界定及其发展策略研究 [J]. 中国传媒科技，2018（6）：109–110.

[3] 农向东 . “互联网 +”时代传统出版社数字出版的问题与对策 [J]. 出版广角，2017（10）：54–55.

[4] 程安寅 . 教育出版社从事数字出版的优势和路径研究 [J]. 传媒论坛，2020（1）：95.

[5] 姚明，冯玮 . 让数字出版插上法律之翼——制定数字出版产业促进法的构想 [J]. 河南工程学院学报（社会科学版），2019（2）：32–38.

[6] 姜畅 . 媒体融合背景下出版社数字思维的转换与推进 [J]. 中国传媒科技，2020（10）：83–85.

[7] 郑志业 . 新媒体环境下互联网出版的新特点和内容管理的难题 [J]. 传播力研究，2019（24）：156–156.

[8] 向芝谊 . 融媒体时代主题出版数字化的资源整合 [J]. 出版广角，2020（7）：36–38.

[9] 王海平 . 我国数字出版的发展优势及发展战略探讨研究 [J]. 传媒论坛，2020（10）：76–77.

[10] 陈涛 . 新媒体时代数字出版面临的困境及前景展望 [J]. 科技传播，2019（24）：152–153.

作者简介：林震（1976–），男，福建福州，编辑中级，研究方向：编辑出版。

（责任编辑：胡杨）